地方传统媒体与新媒体融合发展探析

摘　要：现阶段，在科学技术的发展和进步之下产生了许多先进的、新型的科技，并被各行各业所应用。在新型科技的推动之下，我国许多行业的技术需要进行改革创新，如我国内部的地方传统媒体工作在互联网技术、计算机技术、新媒体等技术的推动之下，传统媒体必须进行创新和改进。但在促进地方传统媒体与新媒体融合发展的过程中存在很大阻力，如对新媒体技术认知不足、不够重视以及前期资源的投入、应用新媒体技术定位等方面存在很大的问题。所以，文中将对这些方面的工作进行研究分析，并提出相对应的策略，以便切实提升我国内部地方传统媒体与新媒体的融合创新发展的效率和质量。

关键词：地方传统媒体；新媒体；融合发展

中图分类号：G206　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2019）08-052-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.08.015

文 / 张继光

引言

目前，国家非常重视媒体融合工作，如《切实推动地方传统媒体与新媒体融合发展的指导方针》，以便为地方传统媒体与新媒体融合提供助力。要求当地传统媒体要积极构建媒体新型布局，以便推动媒体融合发展，例如，新华社、《人民日报》、各大央视媒体单位首先与新媒体进行融合，相继推出了新华社手机 APP 客户端、《人民日报》微信公众号、央视媒体网页网站等，成为行业创新改革的典范。其后，各大地方传统媒体相继进行了模仿改革，如：《山东广播日报》、湖北广播电台、《温州都市报》等，但这些地方性的媒体企业、部门与新媒体进行相融时出现了很多问题，这在很大程度上减缓了我国媒体事业创新、发展的进程。所以，必须加强这方面的研究，从而切实提升融合效率和质量。

1. 要对新媒体产生正确的认知

1.1 地方传统媒体对新媒体的作用认识不够

目前，新媒体时代的来临，许多年轻人纷纷把新媒体平台当作观看最新时事、时政新闻、休闲娱乐的首选，这种现象的产生在一定程度上损害地方传统媒体的经济利益和社会效益。因此，为了解决这一问题，许多地方传统媒体纷纷构建属于当地的新媒体平台。一方面是为了减少受众的流失，同时开设一种新式的用于传播、推广的平台和路径；另一方面，这种地方性质的新媒体构建也是顺应时代发展的需求，可以获得国家相关政策的帮助和扶持。但某些地区在建设地方性新媒体平台时，由于对新媒体平台的创建产生了错误的、片面的认知，认为这是一个发布信息、推广信息的新平台。甚至认为地方性的新媒体带来的效益或者入不敷出的时候，就不会允许这种平台的存在，就会将其关闭，使其不会对地方传统媒体产生负担、对整体的媒体减少支出。

1.2 地方传统媒体构建新媒体的重要作用

在科学技术的进步发展之下，新媒体应运而生。新媒体的产生使得我国的媒体事业获得了新型助力，也使我国内部地方传统媒体的形式、渠道受到了颠覆，所以，当地从事传统媒体工作的相关人员必须要对构建新媒体平台产生正确的认知，这不光是多层的信息发布平台和创收渠道，还在其他方面起着至关重要的作用。[1]

1.2.1 新媒体可以提高新闻传播的时效性

进行新闻的传播，各大平台首先注重的就是平台的时效性，看谁能够先声夺人。例如，现在每当有实时的时政信息或者具备高流量事件的出现时，哪个平台先进行报道或发布相关文章，谁就可以获得超高的浏览量、转发量等，这样就掌握了主动权。但许多地方传统媒体是先在当地的广播、电视上进行播报，然后才在新媒体平台、渠道上进行发布。这种状况的出现还是因为地方传统媒体没有认识到当地新媒体平台的传播速度，还不愿意承认新媒体的地位，还是把新媒体当作地方传统媒体的附属和附加选项。所以，地方传统媒体应该将这些一线且具备时效性的新闻首先在新媒体平台上进行简单的发布，这样利用新媒体传播速度快的优点，快速抢占先进和资源。然后在地方传统媒体上进行详细发布，这样就做到了相互结合。例如，我国内部的《经济日报》就是先在微博上发布，抢占流量市场，然后在报纸上进行发表深度看法；还有《广州日报》很重视新媒体平台，每天都会将国内具备流量的信息在旗下的 APP 新闻客户端进行 24 时滚动播放。[2]

1.2.2 新媒体是进行网民互动的良好平台

地方传统媒体都采用我办报你看报、我制作你倾听的模式进行新闻传播，没有很强的互动性。如果在构建新媒体平台时还是采用这种模式，必将会失败的。所以，

在地方传统媒体构建新媒体平台时，要根据用户的需求、喜好、特点及意见等进行参考，以便制定出用户真正喜欢的新闻资讯和文章。例如，众所周知的“今日头条”APP，这个软件是很强大的，其利用大数据技术、人工智能技术等对人们的喜好进行整合，以便每天为人们推送与其喜好相对应的新闻。这样短短时间之内，今日头条 APP 很快占据了国内新媒体的市场。据统计，注册过该 APP 的人数已经达到了 6 亿 +。同时，这种媒体的网民可以进行实时的评论，负责这些平台运营的团队可以对这些舆论、评论进行实时的监管和了解，以便掌握当地舆论的方向。这样就要求地方传统媒体要对新媒体有正确的了解，以便充分发挥其作用。[3]

1.3 新媒体是了解和引导社会舆论的重要窗口

近年来，人们总是通过网络得知社会出现的一些热点新闻事件，其中，微博和朋友圈是这些热点问题传播的主要场所。例如 2017 年发生的“塑料紫菜”事件，该事件最初是出现在微信朋友圈中的一段视频，最终却给福建的紫菜企业造成了重大的经济损失。身处在互联网时代的人们，只需要运用新媒体发声就可以在网络上造成一定程度的舆论，最终成为群体性事件。根据相关研究显示，50% 以上的群体性事件都是运用新媒体发布信息来制造舆论的。因此，传统媒体应该引导正确的舆论将舆论阵地向新媒体转移，然后利用自身的公信力，利用新媒体发声，从而引导舆论方向。由于舆论的产生源于互联网，所以应该在互联网中解决问题。当前，大多数传统媒体由于没有充分认识到新媒体引导舆论的力量，所以并不重视新媒体对舆论的监测工作，最终使一些地方传统媒体难以运用新媒体引导舆论向着正确的方向发展。

2. 新媒体的定位

2.1 地方传统媒体对新媒体定位不清晰

现阶段，将地方传统媒体与新媒体进行融合之后，普遍形成了两个微端、一个客户端的标配。简单来说，就是许多地方传统媒体采用开通当地微信公众号、构建当地官方微博、创建当地新闻 APP 客户端，在开通两个微端、一个客户端时花费了大量的人力、物力、资源等，但真正成长为具备高流量平台的却很少。这些问题的出现归根究底还是因为地方传统媒体对新媒体的定位不清晰。列举实例分析：某地方传统媒体开通两个微端、一个客户端，微信公众号主要以推送一些当地的时政新闻为主；微博主要推送一些趣闻奇事等；客户端什么都会推送，如时政新闻、刑事案件、社区服务等，并且这些内容、新闻还会在当地的广播平台、报纸、电视新闻平台等方面进行重复播放。所以，地方传统媒体要清楚开设新媒体的意义是什么、主体定位是什么，只有这样才能使其创建的新媒体平台发展成为高流量平台。[4]

2.2 新媒体的合理定位

要想成功构建起新媒体平台，当地的地方传统媒体必须要对当地新闻、广播、电视播报所缺乏的模块进行建设，以便为新媒体平台建设精确定位，同时可以结合地方传统媒体主要的工作方向进行定位确认。列举实例分析：在湖北，其地方传统媒体创建了长江云客户端 APP，其定位主要就是为湖北省全体人民进行服务，打造一个移动式专供时政新闻的新媒体客户端；还有著名的澎湃新闻新媒体平台，主要服务于每天都需要了解和掌握时政的单位；重庆市构建的“和事佬”网页平台，主要用于解决民事纠纷和民事问题，同时与重庆市当地的法院、司法局进行合作，以便更加专业地解决各种民事问题，并将其播放出去警醒市民。这种平台的构建都拥有自身的精确定位，专供或专门服务于哪一行业，且这些平台都在当地的广播、电视、报纸上得到了宣传和推广，慢慢成为了具备知名度、高流量的新媒体平台。[5]2015 年推出了能够制作视频的 APP，这个 APP 的时长最多 3 分钟，但由于制作精良，受到了行业内的一致好评。同时，地方媒体创办新媒体也有一些成功的案例。例如，苏州日报报业集团创造出了“家在苏州”APP, 这个 APP 不仅可以记录生活，而且还能够组织一些社区活动，所以获得了一些老年人的支持。曾在 2018 年位居全国主要综合性日报第二的《广州日报》，它在微信公众号的服务定位就是“服务本土”，服务内容包括百姓新闻、天气预报、道路安全、食品安全以及搞笑视频等与当地相关的信息。由于定位准确，所以，《广州日报》的官微为报社带来了一定的收入。根据不完全统计得知，2018 年 12 月，《广州日报》微信公众号给报社带来的收益比去年增长了 65%。因此，如果一些当地的传统媒体已经引入新媒体，但依然没有带来一定的收入，可以思考一下是否合理科学地将新媒体进行了定位。

3. 新媒体的投入

3.1 前期投入不足

地方传统媒体构建新媒体平台会花费大量资金，因为需要大量的新技术、新设备、新型智能系统，需要大量的资金和资源。例如，泉州地方传统媒体建设的移动式泉州 App，光在软件构建、开发、编程等方面就花费了 400 万元，还不包括后期的运营、推广等方面的花费，这些投入的资金对一个地方性的地方传统媒体有很大的压力 [6]。而且新媒体平台获得一定的利润可能需要一段时间。新媒体从创建到盈利有一个较长的过程，而且想要将其培育成一个有着较高知名度和人气的品牌，还需要继续进行投资。例如，一些地方传统媒体在将地方传统媒体与新媒体融合的过程中，由于缺乏资金，所以无法建立相应的信息交流平台，最终使新闻客户端、数据中心建设难以持续地进行下去。而且新媒体的推广和培育需要花费大量的资金，同时，缺乏一定的技术性人才，最终导致新媒体并没有带来任何经济效益。因此，在如

今非常注重收益的时代，一些地方传统媒体在融入新媒体的过程中变得越发谨慎了。

3.2 新媒体投入渠道

现阶段的首要任务就是促进地方传统媒体和新媒体融合，这样就可以在地方传统媒体的基础上建设新媒体平台，从而大大减少新媒体构建时的投资。同时，国家要加大对这方面的资金支持，以便完成地方传统媒体和新媒体的融合、转型等。列举实例分析：江苏省内，为了切实促进地方传统媒体和新媒体进行融合，当地的市委、政府、财政部门等对江苏省内的《常州日报》、广播、电视台等划拨了资金，并对新媒体平台的构建划拨了专项建设资金。同时，对新媒体平台建成、内容板块、技术支持、人才引用等列为重点扶持项目，并且适度地将资金向这些重点倾斜，以便构建科学合理、定位清晰的新媒体平台，并将这些平台作为地方传统媒体发展的主流，这样即可促进地方传统媒体与新媒体的融合。同时，要求地方传统媒体进行创新和转型，以便全面向新型传媒方向发展。[7]

4. 新媒体的推广

随着融媒体的出现，新媒体平台逐渐建立起来，但是还需要进行一定的推广才能够达到预期的效果。因此，需要加强新媒体的推广活动。新媒体的推广可以通过竞赛和评选的办法，当然也可以采用送礼物和抽奖的形式引起广大群众的关注。但是，属于时政类型的新媒体平台首先需要征得当地政府相关部门的认可之后才能够运用一系列的行政手段，让企业的全体员工都能够关注和下载。而关于生活类的新媒体平台可以与当地的教育机构、一些连锁超市、服务行业等进行合作，从而加强新媒体平台的宣传工作。因此，新媒体在前期推广的过程中，加大宣传的力度是非常必要的。

例如，近年来，《人民日报》一直稳居全国主要综合性日报微信公众号排名的第一，它的阅读量达到了855.8万，点赞量可达15万，成为我国最有影响力的新媒体平台。该公众号在建立之初就非常注重平台的宣传工作，首先是发动全体员工将《人民日报》的微信公众号在自己的朋友圈和微信中进行推广；其次，联系纪委举办“地方单位效能建设评比”活动，让地方机关的工作人员运用微信进行评选，从而增加了《人民日报》微信公众号的关注人数；同时，与相关教育机构一起举办“教育新星”的评比活动，并运用微信进行投票。这种评选方式使《人民日报》的微信公众号关注人数提升了10万人。

再如，《都市快报》官微新闻的阅读量达到了96.2万，成功超越了《广州日报》新闻的阅读量。造成这一现象的原因是《都市快报》的官微在2018年联合党委与全国学生会相关部门，在《都市快报》中的微信公众号上推出了“2018年大学生假期实践团队”活动，在评选之后，为其带来了将近50万的关注量。又如，德州广播电台面向全体市民开展了“下载德州APP，抽奖送礼品”的活动。

根据中国互联网络信息中心获取的数据可以得知，2018年，中国已经有6.47亿人寻找运用互联网获取信息，而运用手机获取信息的人数达到5亿以上。新媒体的受众越来愈多，所以，地方传统媒体应该加强与新媒体的融合，使新媒体与传统媒体取长补短，相互促进，共同发展。

结语

综上所述，对地方传统媒体与新媒体进行融合是顺应时代发展观念的，也是未来传媒行业发展的主流方向。但是，如果将地方传统媒体与新媒体进行有效的融合，那么首先需要当地传统媒体的相关人员要对新媒体平台的创建有正确的认知，并对新媒体进行精确定位，而且要加强后期资金的投入，这样才能构建出高流量的平台，从而实现地方传统媒体和新媒体的融合，提高转型的效率和质量，最终切实推动我国内部传媒事业的发展。其次，新媒体与传统媒体的融合离不开技术、制度、组织和产业等方面的支持。因此，需要我国政府制定相应的政策，促进两者的融合和发展。媒

参考文献

[1] 王勇．媒介融合背景下我国广电全媒体发展研究[D]. 武汉：武汉大学，2013.

[2] 王亚丽．十八大以来媒体融合政策驱动下的报媒APP研究[D]. 重庆：四川外国语大学，2017.

[3] 张强．甘孜藏区传统媒体融合发展路径及策略探析[J]. 西昌学院学报（社会科学版），2017，29（4）：46-49，65.

[4] 夏薇．新媒体时代传统广播电视和新媒体之间的融合发展探析[J]. 新闻研究导刊，2018，9（11）：246-247.

[5] 许海振，王谦．地方媒体打造“互联网＋政务”产品模式探析[J]. 中国地市报人，2018（9）：13-14.

[6] 秦垒．媒体融合背景下政务新媒体平台建设现状及发展策略研究[D]. 武汉：武汉大学，2018.

[7] 曹继东．传统媒体与新媒体的融合路径探析[J]. 出版广角，2014（Z2）：14-18.

（作者单位：大同广播电视台）